

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Reconnaissance et identité face à l'espace médiatique

MARION, Philippe; Klein, Annabelle

Published in:
Recherches en Communication

Publication date:
1996

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):
MARION, P & Klein, A 1996, 'Reconnaissance et identité face à l'espace médiatique', *Recherches en Communication*, Numéro 6, p. 39-64.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

RECONNAISSANCE ET IDENTITE FACE A L'ESPACE MEDIATIQUE

Annabelle Klein¹ et Philippe Marion²

Dans les mouvements et les flux de nos médias contemporains, il est des concepts bien difficiles à saisir tant semble actif le cours de leur mutation perpétuelle. Au même titre que l'image, l'information, le récit, la communication, l'identité... la reconnaissance figure à sa manière parmi ces concepts aux délimitations incertaines. Investie de valeurs sensiblement différentes, elle chemine à travers notre socio-culture médiatique en glissant de l'une à l'autre de ses sédimentations.

Après avoir exploré quelques dimensions qu'inspire cette polysémie attachée à sa définition, notre intention sera d'abord de confronter la reconnaissance à un concept qui, à bien des égards, lui est contigu : l'identité. Cette démarche nous permettra d'établir, autour de la reconnaissance, un dialogue entre des auteurs tels que Goffman et Ricœur et des disciplines telles que l'anthropologie, l'interactionnisme symbolique, la philosophie ou la narratologie.

¹ Assistante au Département de communication de l'Université catholique de Louvain.

² Professeur au Département de communication de l'Université catholique de Louvain.

Quels champs recouvrent reconnaissance et identité selon qu'elles relèvent de l'interaction sociale ou de la communication narrative ? La réponse à cette question nous permettra de mettre en perspective la reconnaissance avec quelques uns des principaux aspects de l'espace médiatique actuel. Une hypothèse traversera cette dernière lecture : la reconnaissance médiatisée est indissociable de la reconnaissance médiatique, dans ce sens où les médias ne se contentent jamais de transmettre des phénomènes de reconnaissance. Ils les coconstruisent au moins, les commandent souvent et les génèrent parfois en toute démiurgie. Les phénomènes de reconnaissance médiatique liés aux événements dramatiques vécus en Belgique autour de l'affaire "Julie et Mélissa" offriront les principaux exemples au développement de cette partie.

L'étymologie, les définitions et leurs faisceaux de sens

Avec un mot aussi dense que "reconnaissance", la tentation est grande, à l'orée d'une recherche, de prendre un appui rassurant sur les orientations offertes par les diverses définitions et l'étymologie du mot. Confortable et facile, sans doute, mais une telle entrée en matière conventionnelle nous semble particulièrement révélatrice pour le terme qui nous occupe.

En effet, la notion de "reconnaissance", du latin *recognoscere*, recouvre une multitude de sens, de significations. De plus, elle établit et entretient des accointances très nettes et très étroites avec le terme de "connaissance" qui, lui, trouve son origine dans *cognoscere*.

Consulter simplement le Robert électronique amène très rapidement le lecteur à conclure qu'en effet, connaissance et reconnaissance réfèrent en de nombreux points à des significations proches, voire à des sens identiques.

Le préfixe "re", qui renvoie à l'idée d'antécédent ou de répétition de l'un par rapport à l'autre, est pourtant loin de tout expliquer.

A y regarder de plus près, il semble d'emblée plus malaisé de les distinguer aussi clairement l'un de l'autre que le sens commun aurait tendance à le faire croire. Connaître et reconnaître font partie de ces notions que chacun "connaît" intuitivement, mais qu'il est beaucoup

plus difficile d'enfermer dans une définition précise et un tant soit peu rigoureuse.

Lorsque, dans le langage courant, on affirme connaître ou reconnaître telle ou telle personne, nous mettons *a priori* en évidence une capacité, une possibilité de l'*identifier* en tant que telle et, par là, de la *distinguer* des autres personnes. Quand on évoque l'idée de faire connaître quelqu'un ou quelque chose, on veut dire le lancer, lui octroyer de la célébrité, de la notoriété. Ainsi en va-t-il par exemple d'un artiste ou d'un nouveau produit. Reconnaître quelqu'un ou quelque chose peut encore vouloir dire lui accorder un crédit ou une légitimité. Par exemple, on dira que la France a reconnu la Slovaquie en signifiant que les autorités françaises accordent de la légitimité à l'existence de cet autre État, qu'elles en admettent la souveraineté nationale.

Ce qui permet tant la connaissance que la reconnaissance, c'est l'existence, au besoin la pose et en tout cas le repérage d'un certain nombre de marques, de particularités, de taches, de cicatrices et autres tatouages. L'exercice de la connaissance et de la reconnaissance repose donc sur l'utilisation du signe distinctif, du point de repère.

L'utilisation des notions de connaissance et de reconnaissance sur le mode réflexif peut, elle aussi, déboucher sur une même définition de sens. Tel est le cas lorsque se connaître ou se reconnaître en vient à signifier se retrouver, se considérer comme, etc. Par exemple, dans l'expression : "elle se reconnaissait dans les traits de sa mère", le sens "se retrouver" apparaît très clairement.

Bref, la nuance entre les deux notions de connaissance et de reconnaissance est moins claire qu'il n'y paraît *a priori*. Envisager les deux termes dans une optique dichotomique semble *a fortiori*, une hypothèse encore plus lointaine de la réalité sémantique que nous tentons d'appréhender ici.

A *contrario*, c'est peut-être le couplage des deux notions qui nous permettra d'établir des connexions heuristiquement intéressantes et de faire jaillir les éléments distinctifs les plus pertinents.

Déjà, lorsqu'on l'évoque isolément, la notion de "connaissance" se révèle rapidement polysémique. Un rapide survol du contenu sémantique du mot suffit pour s'en convaincre :

- savoir quelque chose (antonyme : ignorer)
exemple : "il connaît les motifs de ma colère".
- être conscient (ant. : être "dans les pommes")
exemple : "elle a soudain perdu connaissance".

- comprendre (ant. : manquer de discernement, d’entendement)
exemple : “il manque de connaissance”.
- être en relation avec (ant. : être isolé de)
exemple : “je connais cet homme; il fait partie de mes connaissances”.
- admettre (ant. : rejeter)
exemple : “il ne connaît pas la pitié”, “le tribunal de commerce ne connaît pas des choses civiles”.
- juger, évaluer (ant. : mésestimer)
exemple : “je me connais, je sais que j’y arriverai”.
- maîtriser (ant. : perdre le contrôle)
exemple : “il est tellement en colère qu’il ne se connaît plus”.
- être compétent (ant. : être ignorant, incompetent)
exemple : “je me connais en champignons” (forme moderne : “je m’y connais en champignons”).

Le terme connaître et la notion de “connaissance” disposeraient donc d’au moins huit registres de sens assez clairement nuancés. Nous notons toutefois que toutes ces significations et définitions recouvrent des réalités proches ou en tout cas liées entre elles. Nous avancerons en conséquence l’idée qu’il existe à tout le moins huit états de connaissance.

Le même exercice de clarification peut être mené au départ de la notion de reconnaissance. Il aboutit à repérer les diverses formes, les différents états de reconnaissance.

Il est ainsi possible de distinguer d’une part, trois niveaux de sens traditionnels (aveu, confession/ souvenir, mémoire/ gratitude) et d’autre part, deux sens originaux liés à des disciplines et à des champs divers. En psychologie, la reconnaissance signifie le processus par lequel une représentation mentale actuelle est reconnue comme trace du passé. On distingue l’évocation, la reconnaissance et la localisation des souvenirs. Dans le domaine militaire, reconnaître un lieu signifie l’exploration, la prospection de ce lieu, la détermination d’une position inconnue et, plus spécifiquement encore, la reconnaissance est l’action de recueillir des renseignements sur les conditions du combat.

Enfin, la reconnaissance englobe un dernier faisceau de sens qui est au cœur de la suite de notre propos et qui n’est guère représenté dans nos dictionnaires puisqu’il occupe le troisième et dernier rang sémantique : il s’agit du sens de reconnaissance comme *bienfait reçu*, comme obligation ainsi que du sentiment qui pousse à éprouver

*vivement ce bienfait reçu, à s'en souvenir et à se sentir redevable envers un bienfaiteur*¹.

La reconnaissance est ici prise dans un sens proche de la gratitude et de l'obligation envers quelqu'un.

Résumons-nous. Parmi les dimensions de la reconnaissance, on trouve pêle-mêle le sens lié à son préfixe «re» : “juger qu'un objet a déjà été connu”. Reconnaître consiste donc à retrouver du semblable au cœur de chaque expérience de perception nouvelle (et donc différente). Reconnaître, c'est aussi faire de la reconnaissance : “Exploration, inspection, investigation, recherche. La reconnaissance d'un pays inconnu.”. Sans oublier cette dimension initialement légale : “action de reconnaître formellement, juridiquement. Reconnaissance de l'autorité. Fait de reconnaître pour sien”. La reconnaissance engage aussi, (et surtout, en ce qui concerne notre propos) une dimension relationnelle décisive : “se sentir redevable. Mériter la reconnaissance de tous”.

Sans effort, on voit se dessiner des accents définitionnels porteurs de sens. Reconnaître, c'est tout à la fois distinguer, séparer, isoler, dissocier et, dans le même mouvement, lier, rapprocher, comparer, associer. On pressent le mouvement paradoxal sur lequel repose l'identité, cette gestion particulière du même et du différent.

Les chassés-croisés de l'identité et de la reconnaissance

Nous venons de l'ébaucher à travers un regard étymologique : la reconnaissance se distribue en un pôle d'identification (distinguer la persistance d'une unité, du même) et en un pôle de différenciation (reconnaître du différent autour du même, la conscience de ce différent étant ce qui précisément permet d'isoler du même). Cette dialectique du même et du différent est au centre de la question identitaire. En effet, l'homme se construit en se situant par rapport au monde qui l'entoure. Pour ce faire, il communique, se raconte et exprime sa conception du monde. C'est précisément cette réflexivité qui lui permet de se mettre lui-même en scène dans son propre discours. Pour cela, il n'a de cesse de communiquer avec ses semblables; pour être à

¹ *Le Petit Robert.*

la fois un homme “comme” les autres, identique à ses pairs et un individu “unique”, différent des autres. Ainsi, de façon paradoxale, l’unité et l’identité du sujet naissent tant de son caractère unique et original que du consensus, de la congruence sociale. “Comme” et “unique”, l’homme “communique” cette identité paradoxale qu’il développe socialement. Il y a là un mouvement toujours présent, un jeu de différenciation et d’assimilation, un jeu d’élaboration du même par le différent et du différent par le même qui constitue l’un des axes primordiaux de la construction identitaire.

Afin de mettre en évidence les liaisons qui émergent des phénomènes de *reconnaissance* et d’*identité* ou, pour être plus précis, afin d’établir quels types de relations s’établissent entre les deux concepts et comment les situer l’un par rapport à l’autre, un choix définitionnel s’impose. Parmi les nombreuses significations évoquées ci-avant, que ces dernières soient ou non communes à la notion de “connaissance” et à celle de “reconnaissance”, nous retiendrons pour la suite de notre propos les deux registres sémantiques suivants.

Tout d’abord, celui qui est lié à l’acte de connaissance, au *savoir*. Connaître signifie ici discerner, distinguer, identifier.

Ensuite, celui qui repose sur la convention, le *pouvoir*, au sens d’*admettre, convenir de*.

Le contenu sémantique de ces notions étant clarifié, il importe d’élargir la réflexion. Nous proposons de le faire en situant les termes envisagés selon la place qu’ils occupent sur l’axe de la spatialité identitaire et sur celui de la temporalité identitaire.

L’axe de la spatialité identitaire traverse une triangulation : le sujet, la représentation et autrui. En effet, pour reprendre la terminologie développée par N. Heinich¹, nous pourrions parler de présentation, de représentation et de présence. Ces trois manières de se définir, ces trois moments identitaires peuvent être explicités de la façon suivante.

La présentation est le moment de la désignation, c’est-à-dire de l’image identitaire qui nous est renvoyée par autrui. A ce pôle déterminé par l’Autre s’en ajoute un autre qui est celui de l’auto-perception, c’est-à-dire la manière dont l’individu se perçoit lui-même, lorsqu’il est amené à se poser la question de ce qu’il est. Ces

¹ N. HEINICH, *Relations publiques, relations en public*, Communication faite à Louvain-la-Neuve le 18 mai 1992.

deux composantes sont nécessaires à la constitution identitaire et nourrissent l'incessant travail de mise en cohérence élaboré lors du troisième pôle identitaire que constitue la représentation, c'est-à-dire l'effort de mise en forme de l'identité, l'image de soi que l'on construit pour soi-même ou pour autrui.

Auto-perception, représentation, désignation occupent une position spécifique sur l'axe intériorité/extériorité. L'auto-perception est le moment le plus intérieur, puisqu'il s'agit d'une relation de soi à soi médiatisée par le langage et l'intériorisation du regard d'autrui; la représentation est un moment intermédiaire, puisqu'il s'agit de l'image offerte à autrui par le sujet; la désignation est le moment de la plus grande extériorité, étant le retour de sa propre image donné au sujet par autrui¹.

L'*axe de la temporalité identitaire* est, quant à lui, construit autour des différents moments de la re-connaissance : je me fais connaître, je suis connu, je peux être reconnu (au sens de : "on se souvient de moi") et je peux être reconnu (au sens de : "se faire admettre comme", acquérir de la légitimité ou du prestige).

1. Reconnaissance et savoir

Nous l'avons dit, l'une des significations de la re-connaissance repose sur l'idée d'un savoir. Alors que le terme *connaissance* prend pour référent direct le savoir, la culture, l'érudition, l'acquis, la *reconnaissance* fait émerger l'idée de retrouver dans sa mémoire le souvenir d'une personne ou d'une chose. Cette fonction intellectuelle recouvre au moins deux composantes. La première est liée à l'acte d'identifier. Reconnaître un air de musique implique bien l'*identification*. La seconde est davantage centrée sur le discernement, la distinction et la *différenciation*. Exemple : reconnaître des jumeaux. Les deux fonctions étant tributaires de signes, marques et repères divers.

Ces deux facettes de la re-connaissance sont tout simplement les manifestations de deux grandes composantes identitaires : le même et le différent. Ce sont en effet deux opérations cognitives qui sont directement liées aux composantes identitaires. L'identité de l'individu en société se définit à la fois par le même et par le différent (d'une part,

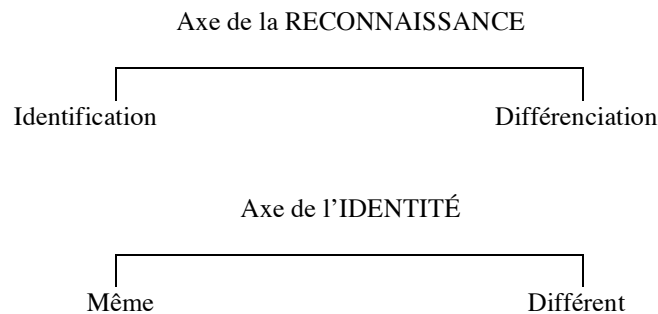
¹ *Ibid.*, p. 8.

le fait de ressembler à, d'appartenir à telle catégorie et d'autre part, d'être unique, différent de tous les autres). Il est intéressant de constater que les deux mêmes opérations sont à l'œuvre dans la composante *savoir* de la re-connaissance (distinction et identification) et l'on peut dès lors émettre l'hypothèse selon laquelle le phénomène de re-connaissance est *une mise à jour identitaire*.

La re-connaissance en tant que principe d'identification met l'accent sur la mise en exergue des éléments de l'axe identitaire de "mêmeté". Ainsi, la re-connaissance d'une personne est basée sur les traits communs entre le *déjà-vu* et le *vu*, entre le passé et le présent. En référence à la théorie identitaire de Hume, la re-connaissance se focalise ici sur les caractères d'unicité, c'est-à-dire l'ensemble des éléments qui permettent de rendre unique l'objet ou le sujet et donc de le re-connaître entre T1 et T2, soit deux moments temporellement marqués.

Parallèlement, la re-connaissance participe également au principe de distinction qui met au jour l'axe identitaire de différence. En effet, les traits permettant de "faire la différence", de distinguer un objet ou un sujet de tous les autres, aboutissent à l'autre versant de la re-connaissance.

L'identification et la différenciation, tout comme le même et le différent, ne se définissent que l'un par l'autre et il n'est nullement question de les isoler. Gardons plutôt à l'esprit l'idée de liaison intrinsèque.



On peut dire que la reconnaissance constitue le processus par lequel l'identité est repérée et actualisée. Les phénomènes de reconnaissance jouent donc à la fois un rôle d'actualisation, d'extériorisation et d'expression de l'identité.

1.1. Des moments et leurs lieux

Si l'on se place dans une perspective goffmanienne, il nous faut considérer les trois moments de reconnaissance liés aux différents pôles identitaires :

- L'auto-perception (je me re-connaiss).
- La représentation (je me laisse, je me fait connaître).
- La désignation (je suis connu, je suis reconnu).

Ces trois moments entretiennent des liens étroits et une dialectique incessante s'instaure entre eux.

Il va de soi qu'elle ne va pas sans heurts, sans accrocs, sans manèges et remaniements, sans aménagements et adaptations. C'est tout le jeu de la construction d'images, où impression et expression se lient dans un mouvement incessant et dynamique.

Expression < ————— > Impression

Les lieux de reconnaissance quant à eux sont aussi nombreux que diversifiés. Les phénomènes de reconnaissance sont présents dans toute interaction sociale, dont les médias. Goffman évoque¹ le fait que toute interaction sociale fait l'objet d'une définition, c'est-à-dire un *modus vivendi* interactionnel qui tend à régler le déroulement de la coopération et qui présente toujours un indéniable caractère moral. Les deux principes qui sous-tendent cette définition sont, d'une part que toute personne possédant certaines caractéristiques sociales est moralement en droit d'attendre qu'on l'estime et, d'autre part que si quelqu'un prétend avoir certaines caractéristiques sociales, on attend de lui qu'il soit réellement ce qu'il prétend être.

1.2. Essai de typologie de la reconnaissance

Sur la base de ce qui a été développé précédemment, il est possible de dresser une typologie de la reconnaissance répondant à l'occupation spécifique sur l'axe intériorité/extériorité. La *reconnaissance*

¹ E. GOFFMAN, *La mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi*, Paris, Éd. de Minuit, coll. Le sens commun, 1973, p. 21.

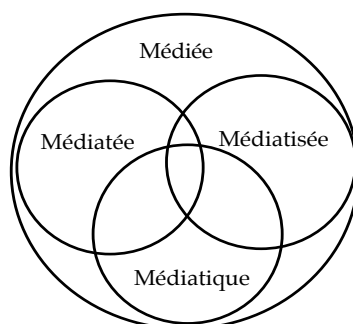
sance médiée : reconnaissance intersubjective. Liée à la présentation de soi en mettant tantôt l'accent sur ce que Goffman a appelé l'identité réelle, tantôt sur l'identité virtuelle¹.

La *reconnaissance médiatée* : si l'on reprend la conception de B. Lamizet², la reconnaissance est médiatée lorsqu'elle repose sur des acteurs institutionnels, c'est-à-dire la reconnaissance axée sur la représentation de l'institution incarnée par l'acteur en question. La communication médiatée est donc le lieu dans lequel s'instaurent les relations d'appartenance et où interviennent ce que l'on pourrait appeler les identités sociales.

La *reconnaissance médiatisée* : a lieu lorsque la représentation de soi existante est relayée par les médias.

La *reconnaissance médiatique* : a lieu lorsqu'il y a désignation, construction identitaire créée par les médias.

Reconnaissance



La reconnaissance est, par définition, toujours au moins médiée, c'est-à-dire qu'elle sollicite la présence des trois moments identitaires évoqués plus haut dans sa dialectique et dans sa réciprocité.

¹ E. GOFFMAN, *Stigmates. Les usages sociaux des handicaps*. Paris, Éd. de Minuit, coll. Le sens commun, 1963. En page 12, Goffman définit l'*identité sociale virtuelle* comme étant celle que nous attendons d'une personne ou que le social attend de nous tandis que l'*identité réelle* est celle que nous pouvons réellement offrir. Le stigmaté étant l'attribut qui rend l'individu différent de la catégorie qui lui est ouverte, c'est-à-dire lorsqu'il y a désaccord entre l'identité réelle et l'identité virtuelle, lorsqu'il y a cassure entre soi et ce qu'on exige de soi.

² D. BENOIT et al., "Introduction aux sciences de l'information et de la communication", in B. LAMIZET, *Médiations, culture et société*, Paris, Éd. d'Organisation, coll. Les indispensables de l'information et de la communication, p. 137.

Ou, pour le dire autrement, il n'y a ni identité ni reconnaissance sans médiation entre les trois moments identitaires évoqués plus haut.

Ainsi, toute reconnaissance est médiée, mais cette médiation peut prendre des formes et des degrés divers en fonction des lieux où elle s'exerce. La médiation médiée, interpersonnelle est en effet d'une autre nature que la médiation médiatisée ou médiatique.

2. Reconnaissance et pouvoir

Il est bien évident qu'au-delà d'une actualisation identitaire, la re-connaissance octroie et repose sur un certain pouvoir. Celui-ci peut, une fois encore, prendre de multiples formes en fonction des processus mis en œuvre pour le conférer.

Un premier processus –rappelons-nous le sens retenu de la reconnaissance– repose sur la notion de convention. Il s'agit "d'admettre l'existence juridique d'un être, d'une chose" (*Le Petit Robert*).

Il est clair que cette reconnaissance par convention ne va pas sans une "conférence"¹ de pouvoir. Exemple : reconnaître une institution sur base d'une convention, c'est lui octroyer un certain pouvoir (juridique, politique, etc.).

Un second procédé de reconnaissance, souvent préalable au premier d'ailleurs, consiste à jouer sur les procédés de valorisation/dévalorisation. Et nous voici au cœur de la constitution d'images (positives ou négatives).

Il est d'ailleurs intéressant de constater que ce trait sémantique de valorisation liée à la notion de reconnaissance, ce sens commun largement utilisé (chercher de la reconnaissance dans le sens non d'être admis, mais bien d'être valorisé) est pratiquement absent de l'étymologie du terme.

Ces deux composantes de la reconnaissance, savoir et pouvoir, offrent deux facettes qui pourraient être comparées à la différence entre entendre et écouter, entre voir et regarder et, si l'on se place dans une perspective ontologique et identitaire, entre *être présent* et *avoir de la présence*. Entre les deux types de présence, il existe un tronc commun, mais le second manifeste un gain qualitatif. On peut en effet se contenter d'en référer au premier type et de répondre à la

¹ Au sens d'administration, d'attribution.

demande collective en faisant coïncider notre identité réelle avec notre identité virtuelle (Goffman). D'où certaines situations extrêmes telles que les décrit Michel-Louis Rouquette¹. Il y explique le passage incessant du témoin d'un meurtre (Clarisse) d'une logique individuelle (elle n'a rien vu de ce meurtre) à une logique sociale (Clarisse répond alors à ce qu'on attend d'elle, elle remplit le rôle qu'on veut lui donner, elle s'y conforme).

Lorsqu'elle nie, elle s'exclut du jeu, devient par là même déviante et soupçonnable. Pour la logique sociale dominante, qu'exprime l'opinion, Clarisse ne peut pas ne pas avoir été chez Bancal : donc elle avoue. Mais en fait, sans doute n'y était-elle pas : donc elle nie, à titre personnel. Exigences sociales et spécificités individuelles vont se combiner pour élaborer une alchimie instable, finalement déconcertante bien que profondément concertée².

Clarisse Manzoni découvre les pouvoirs infinis du verbe; elle comprend que si tout ce qui est réel n'est pas forcément dit, tout ce qui est dit peut devenir réel, et que dès lors il n'y a pas toujours lieu de distinguer la réalité tue du discours inventé³.

Dans le second type de présence, et si l'on se replace sur notre axe intériorité/extériorité, on peut intégrer au maximum notre intériorité (personnalité) et l'extérioriser en la plaçant au centre de nos relations sociales.

Une fois encore, nous parlerons de niveaux ou de degrés plutôt que d'attitudes antinomiques car s'il y a une part fixe liée à la composante personnelle (extra ou introverti), l'environnement et le contexte jouent un rôle primordial dans les glissements intériorité/extériorité et dans la façon dont l'individu se mettra en scène (par exemple, dans une interview télévisée non autobiographique).

La reconnaissance permet que cette intériorité s'exprime. Mais on n'est jamais soit l'un soit l'autre et cela change en fonction des situations. On peut très bien être indifféremment extraverti ou introverti et plus proche de son identité réelle (parler de soi, se préoccuper davantage de ses propres attentes que de celles d'autrui, extérioriser son intériorité, être soi, ...) ou être plutôt tourné vers son identité

¹ M.-L. ROUQUETTE, *La rumeur et le meurtre. L'affaire Fuedès*, Paris, PUF, Sociologie d'aujourd'hui, 1992.

² *Ibid.*, p. 48-49.

³ *Ibid.*, p. 50.

virtuelle (parler des autres, répondre aux attentes d'autrui, être ce qu'autrui veut que nous soyons, extérioriser cette attente d'autrui...).

Reconnaissance et identité narrative

Malgré la polysémie du concept de reconnaissance, il nous semble que certaines mises en perspective méritent d'être effectuées entre des lieux disciplinaires bien distincts. Sans aucune prétention de brasser ici toutes les sciences humaines, nous nous contenterons de souligner quelques points de convergence entre les auteurs abordés ci-dessus (anthropologues, sociologues des institutions) et le domaine narratologique. Ce qui nous servira de transition pour aborder plus loin les dimensions proprement médiatiques de la reconnaissance.

1. L'ipséité ou la différence bien tempérée

Ainsi, la notion déjà abordée d'identité sociale comme *reconnaissance* des frontières de la différence. Selon Rouquette :

(...) le sujet recherche, affirme et confirme une spécificité sociale qui ne peut aller sans différenciation. Se retrouver entre soi, c'est objectiver l'existence séparée des autres en montrant que leurs habitudes, leurs intérêts, leurs normes diffèrent; l'identité se noue à partir de l'opposition, la communauté présuppose l'altérité, la ressemblance apparaît sur un fond de dissemblances¹.

Dans son examen des sociétés lignagères, Marc Augé évoque quant à lui :

le jeu sur les frontières qui tend soit à assimiler l'autre et à relancer la dynamique interne de la différence, soit à l'expulser pour marquer les limites de l'identité².

Une telle conception dialectique de l'identité, n'est pas sans rappeler la notion d'identité narrative proposée par Paul Ricœur.

¹ M.-L. ROUQUETTE, "Le syndrome de rumeur", *Rumeurs et légendes contemporaines*, *Communications* n° 52, 1990, p. 121.

² M. AUGÉ, *Le sens des autres. Actualité de l'anthropologie*, Paris, A. Fayard, 1994, p. 26.

D'après le philosophe, les hommes ont trouvé dans le récit une manière optimale de s'approprier le temps cosmique en l'humanisant. L'individu et les sociétés se reconnaissent dans l'entrecroisement des récits historiques et fictionnels qui les hantent et qu'ils consomment. Et se reconnaître dans ces récits, c'est précisément trouver un des chemins de l'identité. Mais il est une condition à cela. Il faut que cette identité ne reste pas figée dans la répétition stérile du même (l'«idem») : elle doit s'ouvrir à la transformation de l'*ipséité*. Et qu'est-ce qu'une transformation, si ce n'est une négociation organisée entre du semblable et du différent, de la ressemblance et de l'altérité. Selon Ricœur, ce parcours de transformation identitaire est proprement narratif :

Qu'est-ce qui justifie qu'on tienne le sujet de l'action, ainsi désigné par son nom, pour le même tout au long d'une vie qui s'étire de la naissance à la mort? La réponse ne peut être que narrative (...) Sans le secours de la narration, le problème de l'identité personnelle est en effet voué à une antinomie sans solution (...) Le dilemme disparaît si, à l'identité comprise au sens d'un même (*idem*), on substitue l'identité comprise au sens d'un soi-même (*ipse*) (...) L'*ipséité* peut échapper au dilemme du Même et de l'Autre, dans la mesure où son identité repose sur une structure temporelle conforme au modèle d'identité dynamique issue de la composition poétique d'un texte narratif¹.

Même si la notion de différenciation y est première, la définition de l'identité personnelle proposée par Goffman repose sur une dynamique de transformation comparable à l'*ipséité* :

La notion d'identité personnelle est donc liée à l'hypothèse que chaque individu se laisse différencier de tous les autres, et que, autour de ces éléments de différenciation, c'est un enregistrement unique et ininterrompu de faits sociaux qui vient s'attacher, s'entortiller, comme de la barbe-à-papa, comme une substance poisseuse à laquelle se collent sans cesse de nouveaux détails biographiques².

¹ P. RICŒUR, *Temps et récit*, t.3 *Le temps raconté*, Paris, Éd. du Seuil, 1985, p. 355-356.

² E. GOFFMAN, *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*, *op.cit.*, p. 74.

La perspective narrative de la reconnaissance identitaire peut être notamment étendue à l'ipséité des institutions ou des entreprises. Ainsi, par exemple, toute la question des identités visuelles (logos, etc.) : elles s'appuient tout à la fois sur un principe de différence et sur un principe de permanence. Pour que l'on reconnaisse une entreprise dans sa spécificité, il faut que l'identité visuelle de celle-ci soit différente de ses concurrentes. Mais en même temps, il faut que cette identité visuelle manifeste une certaine permanence des valeurs identitaires de l'institution. Comme le note Jean-Marie Floch, dans une perspective proche de l'ipséité ricœurienne : la permanence ne doit pas être conçue ici comme une pure répétition, mais comme un devenir qui possède sa logique, comme un enchaînement orienté. Pour lui, l'identité se conçoit donc selon l'axe paradigmatique d'un système et selon l'axe syntagmatique d'un procès. Cette double perspective est d'ailleurs implicitement présente dans les demandes de "consultances sémiotiques" formulées par les entreprises :

(...) l'objectif premier assigné à ces prestataires est de concevoir ou de restaurer les traits d'expression et de contenu invariants qui, d'une part, assurent l'expression de l'aspérité de la société –un souci paradigmatique, si l'on peut parler ainsi– et qui, d'autre part, permettent de raconter son projet de vie –souci que l'on pourrait qualifier de syntagmatique (...)¹.

2. La reconnaissance comme aboutissement d'un parcours narratif

A côté de ces aspects généraux rapprochant la reconnaissance de l'identité narrative, les théories du récit permettent bien d'autres points de rencontre.

On se souvient de la fameuse théorie narrative propre à A.J. Greimas et à son école sémiotique. Dans sa dynamique même, cette épistémologie du récit réserve une place centrale à la notion de reconnaissance, même si elle ne s'y trouve pas forcément nommée comme telle. Le schéma narratif, sans cesse réactualisé par les disciples² de Greimas, peut ainsi se distribuer en quatre étapes : le contrat, la compétence, la performance et la sanction. Situé dans le cadre d'un

¹ J.-M. FLOCH, *Identités visuelles*, Paris, PUF, 1995, p. 43.

² Voir, entre autres, les travaux de J. Courtès, P. Fabbri, J.-M. Floch, J. Fontanille.

système de valeurs donné, le *contrat* est centré sur un programme à exécuter par un sujet (un personnage, une entreprise, un parti politique, un groupe professionnel...) qui se trouve mobilisé par un destinataire. Au cœur du récit se situent les phases de *compétence* et de *performance*. Avec la première, le sujet acquiert ou manifeste son aptitude à réaliser le programme. C'est l'épreuve par laquelle il fait *reconnaître* sa qualification. Avec l'épreuve décisive, il réalise le programme et se fait donc *reconnaître* par l'actualisation performative de sa compétence. La *sanction*, enfin, repose sur la comparaison de ce qui a été réalisé avec ce qui était programmé dans le contrat. Si performance et contrat se répondent bien, le sujet peut vivre l'*épreuve glorifiante* et être, par là, confirmé dans sa compétence. C'est le moment de la reconnaissance achevée et gratifiante. Le sujet a confirmé par son action le rôle qui était "programmé" pour lui. L'image qui en résulte est en adéquation avec les prétentions de compétence qu'il avait affichées dans la foulée du contrat. Dans ce sens, la reconnaissance sanctionne "publiquement" une cohérence contractuelle, une confiance bien placée. Cette reconnaissance "de gratification" résulte alors de la célébration d'une coïncidence réussie entre "image" et programme. Et si l'on suggère un lien avec la pensée de Goffman : il y a coïncidence entre identité sociale virtuelle et identité sociale réelle, *face* et *place* semblent en harmonie.

Les traumatismes identitaires que vit la société belge –plus particulièrement depuis août 1996– peuvent, par exemple, être interprétés à la lumière de ce qui précède. La remise en question du pouvoir politique (législatif et exécutif), tout d'abord. Certes, il entre traditionnellement dans le *contrat* des partis et des modes électoraux d'intégrer une marge de flottement légitime. On sait –cela fait partie d'une culture populaire de la démocratie– que les programmes électoraux et les chartes gouvernementales intègrent une marge coutumière d'utopie et d'euphémisme. "*Ah, les promesses des politiciens!*" Comme en communication publicitaire, il est quasi contractuel d'édulcorer et de voir la vie en rose et, du côté du public, d'y croire sans y croire vraiment. L'électorat en tient compte dans sa *reconnaissance-sanction*, même s'il fulmine sur les promesses non tenues des politiciens. Jusqu'à un certain point, cela fait partie d'un consensus tacite.

Avec l'ouragan de l'affaire Dutroux, une fracture s'opère. L'aboutissement du schéma narratif et la cristallisation de reconnaissance –c'est-à-dire, la comparaison du programme réalisé avec le

contrat à remplir– se caractérise par un trop grand écart. Une “*rupture de cadre*”, pour usurper le vocabulaire de Goffman. Ces enfants que l’on a laissé mourir s’engouffrent tout à coup, aux yeux de l’opinion, dans la marge tolérée entre contrat et performance. Et cette marge éclate. Dans ce cas, toutes les zones molles, toutes les zones de latitudes admises deviennent occasions de rejet. Refus coupable pour les gens de se reconnaître dans ce qu’ils ont laissé faire aux politiques, contestation de cette “culture” qu’ils acceptent pourtant vaille que vaille dans le processus électoral. Refus, surtout, de la *sanction-compromis* habituelle (*On sait, mais enfin c’est comme cela*). C’est dire que la reconnaissance peut avoir son contraire, ou plutôt –en termes greimassiens– que la reconnaissance peut trouver son contradictoire dans cette implacable logique du “carré”. Ce qu’affirme une part du peuple belge est une non-reconnaissance (une reconnaissance perdue) des politiques et des institutions. Leurs *performances* n’apparaissent plus à la hauteur des *compétences* prétendues, ni à la mesure, encore moins, du contrat proclamé. L’idem a pris le pas, dans son incurie immobile, sur l’ipséité. Ce que semble clamer la Belgique de 1996 est un refus de l’idem dès lors qu’il paraît dépourvu de tout espoir d’ipséité. Or sans cette perspective de construction identitaire que symbolise l’ipse, l’idem tourne fou et libère l’énergie d’une reconnaissance négative. Un processus similaire affecte aussi le pouvoir judiciaire. Sauf quelques exceptions notables relevant de la figure récente des “petits juges”, il n’est plus reconnu ni comme compétent ni comme performant. Ce pouvoir qui, par contrat, était responsable d’un contrôle intègre et efficace est lui-même sanctionné par une non-reconnaissance. On voit combien la reconnaissance rejoint la crédibilité et la légitimité.

3. Héros d’actualité et reconnaissance-miroir

Parallèlement à cette non-reconnaissance institutionnelle, les affaires belges ont permis la manifestation et l’épanouissement médiatique d’autres figures identitaires. On songe bien sûr aux parents des petites victimes et plus particulièrement à ceux des plus connues d’entre elles : Julie et Mélissa. Par leur compétence quasi spontanée de parents populaires et combattifs, par l’adoubement de l’épreuve qu’ils ont subie, par leur performance de surmonter la douleur et, mieux, par celle d’affronter ces Goliath institutionnels que constituent

les trois pouvoirs, ces parents, donc, se sont vu gratifiés d'une forte reconnaissance populaire. Une partie importante de la population belge les a identifiés et célébrés comme héros construits au creux de leur douloureux "parcours narratif". Mais une telle reconnaissance socialement identitaire est indissociable d'une *auto-reconnaissance projective*. Identification, compassion, empathie émotionnelle : les reconnaître, c'est aussi se reconnaître par devers eux, c'est s'auto-reconnaître en se rangeant derrière leur figure devenue emblématique.

En outre, on constate à quel point une telle dynamique narrative de la reconnaissance transcende et désactive l'opposition factuel-fictionnel. Que le personnage soit réel ou imaginaire importe assez peu si l'on accepte, avec Bertrand Gervais, que l'adhésion au personnage repose sur un principe de reconnaissance qu'il nomme "*portrait intentionnel*" :

Le lecteur identifie en premier les buts poursuivis par les agents, leurs motifs et mobiles, leur statut et rôle; et ceux-ci lui servent à adhérer à l'univers narratif. (...) Si le lecteur reconnaît ces raisons comme étant valides, il les reconnaît comme celles qu'il pourrait ou voudrait avoir dans pareille situation et la correspondance des buts devient une base de l'identification. Le héros fait ce que le lecteur ferait et cette sympathie des raisons d'agir favorise le rapprochement¹.

La reconnaissance populaire de ces personnages médiatiques que sont devenus les parents Russo et Lejeune dépasse largement la simple association à des héros romanesques et ce pour nombre de raisons qui ne seront pas abordées ici. Ainsi en est-il, notamment, de l'ampleur affective du traumatisme lié à la violation et à la protection négligée de l'enfance, intouchable valeur-refuge dans nos démocraties fragilisées par de profonds soubresauts identitaires.

Cet exemple nous permet d'établir un lien entre la reconnaissance comme point d'aboutissement d'un parcours narrativo-identitaire et la reconnaissance médiatique. Si une personne réelle comme Gino Russo (le père de Mélissa) est reconnue comme personnage, c'est au moins sous la double pression d'une mise en récit –ce combat et ses performances reconnues par une intense émotion consensuelle– et d'une mise en média. Car, hissée sur la scène médiatique, toute

¹ B. GERVAIS, *Récits et actions, Pour une théorie de la lecture*, Québec, Le préambule, coll. L'Univers des discours, 1990, p. 320.

personne devient immanquablement personnage. Et ce à un point tel qu'il semblerait presque aberrant de parler de "personne" médiatique. Abordons donc quelques-uns des traits importants de cette reconnaissance médiatique.

Reconnaissance et identité médiatiques

Dès lors qu'il s'associe au médiatique, le concept de reconnaissance déjà complexe au départ, le devient plus encore. Car la qualification de médiatique, particulièrement riche d'ambiguïtés, ouvre sur des perspectives disciplinaires et des voies méthodologiques très hétéroclites.

1. Présence médiatique et reconnaissance immanente

Qu'est-ce donc que la reconnaissance médiatique? La première ambiguïté interpellatrice repose sur la distinction, déjà abordée ci-dessus¹, entre médiatisé et médiatique. Ou plutôt sur l'évanouissement de cette distinction. Certes, une institution, une valeur, un individu peuvent être reconnus au sein d'un groupe sans avoir recours aux grands médias. De nombreuses entreprises existent notamment grâce à la reconnaissance véhiculée par le bouche-à-oreille². Dans une deuxième étape, cependant, ces médias peuvent aussi servir de formidable amplificateur de cette notoriété : tel est le gigantesque porte-voix qu'offre la médiatisation. Mais un troisième aspect nous semble plus important encore : la reconnaissance induite par la seule médiatisation. En effet, si Monsieur X est présent en tant que spécialiste Y, il y a reconnaissance de cette spécialisation. Monsieur X sera reconnu comme expert, même s'il ne l'est pas forcément hors média.

Dans ce sens, la reconnaissance médiatique peut, à l'extrême, faire l'économie d'une *performance*, d'un mérite dans l'*épreuve* conduisant à la notoriété, d'une crédibilité acquise par un "travail". C'est dire que la reconnaissance médiatique peut parfois se confondre avec la seule exposition; elle influence très directement le positionnement de chacun sur son axe intériorité/extériorité et la façon dont il va communiquer, exprimer, extérioriser sa construction identitaire.

Les médias modifient considérablement les positionnements identitaires non seulement pendant l'interaction médiatique mais également après (être vu à la télévision, c'est sortir de l'anonymat). Ce passage médiatique de la reconnaissance induit que le sentiment

¹ Voir la typologie commentée p. 48.

² Toutes les techniques de relations publiques, de courrier promotionnel, etc. ne sont, rappelons-le, que des mises en auto-reconnaissance vis-à-vis de différents publics.

d'existence se définit aussi par notre présence sur la scène médiatique. Philippe Lejeune¹ fait également ce constat en ce qui concerne le récit autobiographique. Il s'agit là aussi d'un besoin de construire son identité à travers diverses médiations, non seulement interpersonnelles ou intergroupales, mais aussi en exploitant différents médias, différentes techniques médiatiques (écriture, audiovisuel, radio, etc.).

A contrario, l'absence médiatique risque d'entraîner une non-reconnaissance, surtout pour les groupes et organisations qui doivent suivre la règle implicite du "Soyez connus ou disparaissez".

De son côté, Patrick Lagadec insiste sur les effets de réel provoqués par les médias (il s'agit là aussi d'un phénomène de reconnaissance du réel, corrélé avec une répartition hiérarchique de l'"importance").

La réalité construite par les médias deviendra bientôt la réalité prise en compte, y compris à haut niveau.... A l'inverse, ce que les médias choisissent de ne pas retransmettre risque fort de ne pas être pris en considération, ou de ne pas l'être avec l'attention voulue. Un événement réel mais non "médiatisé" peut aujourd'hui ne plus accéder au rang de problème à traiter².

Une telle observation relève d'un des traits importants de la culture médiatique actuelle : la transparence et l'immanence "universelle". La présence sur la scène médiatique s'affirme comme une reconnaissance tellement évidente qu'on en oublie qu'elle n'est qu'une approbation implicite d'une reconnaissance déjà opérée par les instances de production. L'évidence de la présence médiatique rend la reconnaissance si transparente qu'on en oublie sa construction et l'inévitable sélection qui la sous-tend. Autant la reconnaissance des parents de Julie et Mélissa semble évidente et "naturelle" de par leur forte présence sur la scène médiatique belge en 1996-97, autant la faible reconnaissance d'autres parents de victimes comme les Mathues ou les Malmendier semble elle aussi presque évidente et naturelle dès lors qu'ils n'ont pas la crédibilité et la légitimité qu'offre la simple occupation du terrain médiatique.

¹ Ph. LEJEUNE, *Moi aussi*, Paris, Éd. du Seuil, coll. Poétiques, 1986, p. 214.

² P. LAGADEC, *La gestion des crises. Outils de réflexion à l'usage des décideurs*, Paris, McGraw-Hill, février 1991. Sous-chapitre: Crise et communication médiatique: le responsable confronté à un grand nombre de difficultés, p. 192.

Pour le grand public, l'impression d'exercer sa liberté de reconnaître autrui se situe au second degré, autrement dit lorsqu'il se positionne face à cette présence : il peut aimer plus ou moins telle vedette, tel animateur. Mais, c'est déjà un choix "secondaire" car l'instance de production a sélectionné, reconnu pour lui ce qui méritait présence sur le petit écran. Sous l'emprise fascinante de cet effet d'immanence et d'assertion lié notamment à l'image et au direct télévisuel, le public est amené à oublier cette reconnaissance initiale pourtant décisive pour se concentrer sur ce qui n'est qu'une *reconnaissance de reconnaissance*.

De là certains conflits entre les décideurs d'une chaîne de TV et le *pouvoir médiatique* de certains présentateurs ou animateurs¹. Ceux qui les dirigent restent dans l'ombre, c'est-à-dire qu'ils n'ont pas la reconnaissance-assertion-évidence liée à la présence sur l'écran. Leur crédit et leur notoriété ne sont pas (ne sont plus) liés à l'exposition, mais à des reconnaissances institutionnelles, politiques. Deux types de reconnaissances et de légitimité tendent alors à s'affronter. Des animateurs ou présentateurs tels que Arthur, Delarue, Sébastien, PPDA... peuvent tenir la dragée haute à leurs employeurs lorsqu'ils sont en mesure d'opposer deux types de reconnaissance : celle du public et celle de l'institution. D'où la nouvelle figure du martyr tiraillé : "*j'aimerais rester avec vous, mais ce n'est pas moi qui commande...*". Notons sur ce point que les parents hypermédiatisés des victimes de Dutroux en appellent parfois, eux aussi, à une "argumentation du tiraillement" assez comparable.

Quant aux autorités de "reconnaissance institutionnelle", elles doivent se situer par rapport à cette légitimité médiatique, forte de sa pseudo-immanence (celle qui relève du mirage de transparence-immanence-présence de la TV) tout en exerçant leur pouvoir de sélectionner, de choisir. Position inconfortable : leurs décisions doivent éviter de "casser le miracle", car ce serait en quelque sorte avouer au spectateur que cette présence médiatique sur laquelle ils peuvent exercer leur reconnaissance relève en fait d'une reconnaissance antérieure et occultée, dans la logique illusoire du média transparent. Ce serait, en un mot, dire au public qu'il n'a pas choisi ses stars, qu'il ne fait que réagir à l'offre.

¹ Lire à ce sujet: S. CHALVON-DEMERSAY et D. PASQUIER, *Drôles de stars. La télévision des animateurs*, Paris, Aubier, 1990.

Notons cependant que cette reconnaissance de la reconnaissance -cette *métareconnaissance*- permet aux destinataires de jouer un rôle de co-construction évaluative important¹. Ils peuvent ainsi se lasser d'une exposition trop forte et trop fréquente. Tels sont les phénomènes d'usure médiatique. Un personnage comme Bernard Tapie en a fait les frais. Et ce péril de lassitude guette aussi les animateurs -voir le cas d'un Dechavanne en 1996- ainsi que les émissions. Longtemps fortement reconnus, des reality shows tels que *Perdu de vue* ou *Témoins n°1* ont fini par lasser. L'histoire du petit écran est pleine de ces cycles de vie éphémères, de ces mouvements de flux et reflux.

2. Visibilité \approx crédibilité, "équation" médiatique de la reconnaissance

La reconnaissance médiatique, et particulièrement la reconnaissance télévisuelle, s'appuierait donc sur la confusion organisée qui tendrait à rendre équivalentes la visibilité et la crédibilité. Cette équation, bien connue des stratégies de l'identité et de l'image des entreprises, est parfois difficilement adoptée par d'autres institutions telles que les organisations humanitaires et les ONG. D'où ce malaise certain, lorsqu'elles interviennent dans une crise en essayant de susciter l'intérêt du public par le biais des médias, ou même lorsqu'elles profitent "*de la couverture médiatique déjà existante pour se faire (re)connaître par le grand public*"². On peut alors "*parler d'un système donnant-donnant avec un «effet boomerang*»"³. Ce que Lipovetsky ramasse en une formule : *l'humanitaire-spectacle*⁴. Pour ces associations, la visibilité médiatique est nécessaire à leur survie; la présence médiatique permet de les identifier, d'affirmer leur identité et leur assure une légitimité-crédibilité bien nécessaire à leur viabilité économique (récoltes de fonds). Or cette visibilité qui souvent condi-

¹ Ph. MARION, "Le récit médiatique comme modèle d'interprétation", in G. DEREZE (dir.), *Tribunes de presse, Etude sur la construction journalistique du sport*, Louvain-La-Neuve, Academia-Bruylant, 1996.

² "L'urgence humanitaire: son utilité incontournable et ses dérives...", in *Contacts*, n°147, Bruxelles, mars 1996, p. 8.

³ *Ibid.*

⁴ G. LIPOVETSKY, *Le crépuscule du devoir. L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques*, Paris, Gallimard, 1992, p. 141.

tionne leur existence tend à transformer leur intervention en spectacle, voire en feuilleton :

La médiatisation de l'humanitaire obéit à des conventions que tous les acteurs, publics ou privés, collectifs ou individuels, du grand théâtre de la bonté ont intériorisées. (...) L'humanitaire-spectacle, fait d'opérations de promotion montées en vue de leur consommation médiatique, est une menace (...) pour l'action humanitaire¹.

Reconnaissance et identité médiatiques sont au prix de telles "manipulations". Plus largement, du reste, la communication ne peut s'épanouir qu'au prix d'une altération de la pureté originelle du "message" et de la "virginité" idéologique initiale.

Beaucoup d'autres secteurs pourraient être ainsi envisagés selon cette dimension quasi paradoxale de la reconnaissance. Et cette adaptation aux médias s'accompagne souvent de simplifications et de "rigidifications" identitaires. Quoi qu'il arrive en Belgique, les parents de Julie et Mélissa semblent figés pour longtemps dans leur rôle d'interpellation courageuse et de résistance digne.

Cela concerne aussi les "médiateurs" télévisuels. On pourrait croire naïvement qu'ils sont chargés de faire reconnaître au public autre chose qu'eux-mêmes : le monde de l'actualité, telle personnalité publique ou telle star... Croire donc que leur fonction est de s'effacer derrière le monde qu'ils ont à montrer et à faire (re)connaître. On sait, bien sûr, que leur propre visibilité est inévitable, même si elle l'est selon des degrés variables. Leur haute exposition aux médias –et, plus particulièrement, à celle, très prégnante, de la télévision– tend à leur attribuer une sorte de crédibilité intrinsèque. Si l'on associe cet aspect relatif à notre culture médiatique avec celui de flux et de porosité transmédiatique², on ne s'étonne plus de voir des PPDA ou des Claire Chazal revêtir les oripeaux prestigieux de romancier. Reconnus par leur visibilité obsédante dans un média lui-même assez largement³ construit sur la légitimité dans la visibilité, toutes les exportations paraissent possibles. Leur visibilité-crédibilité

¹ R. BRAUMAN, *L'action humanitaire*, Paris, Flammarion, coll. Dominos, 1995, p. 84-85.

² Cf. Ph. MARION, *Le récit médiatique comme modèle d'interprétation*, op.cit.

³ La coïncidence visibilité/crédibilité est certes trop péremptoire et elle mériterait d'être nuancée, notamment en fonction d'autres paramètres tels que l'usure et la saturation médiatiques ou encore les phénomènes complexes de télégenie...

télévisuelles ouvre les sésames de bien d'autres reconnaissances médiatiques et/ou institutionnelles (chanson, publicité, littérature, presse écrite, radio, et même la politique...).

3. Commission d'enquête contre reconnaissance perdue

La politique, revenons-y donc. Suite au profond malaise populaire entraîné par les développements de l'affaire Dutroux, le gouvernement fédéral belge décide, à la fin de 1996, de mettre sur pied une commission d'enquête parlementaire. Celle-ci est chargée de faire publiquement toute la lumière sur les dysfonctionnements manifestes qui ont empêchés les autorités responsables d'arrêter à temps les martyres d'An et Eefje et de Julie et Mélissa. Au-delà des apparences et dans la logique de notre propos, cette réaction peut évidemment être interprétée comme une volonté du pouvoir politique malmené de recouvrer reconnaissance et légitimité identitaire sans lesquelles la représentation démocratique elle-même perd toute crédibilité.

Mais, fait plus remarquable encore, cette enquête sur l'enquête est dès sa conception intégrée dans l'espace médiatique. La commission est d'emblée pensée comme un spectacle télévisuel. Elle se déroule le plus souvent en direct et aux interrogatoires des témoins succèdent des phases de huis-clos, forcément hors antenne. Cette dynamique du montré/caché, du visible/invisible, contribue à construire une dramaturgie¹ médiatique. Suspens, désir de savoir. L'audimat –du moins dans un premier temps– suit, et même aux heures les plus avancées de la nuit, la RTBF, responsable en exclusivité² de la retransmission télévisuelle, bat tous les taux d'audience.

Par cette exposition télévisuelle, le monde politique belge tend à retrouver cette reconnaissance qui lui faisait défaut, non sans renforcer proportionnellement le discrédit des pouvoirs judiciaire³ et exécutif (magistrats, policiers et gendarmes confondus). Les acteurs⁴

¹ Plusieurs comparaisons pourraient être facilement établies ici, notamment avec le désormais célèbre procès de O.J. Simpson, voir Ch. ANCIAUX, "La justice, un bon objet de désir médiatique" in *Justice et médias. Les mirages de la justice virtuelle*, *Juger* n° spécial, 8/9/10 1995.

² Dès le 24 janvier 1997, la chaîne de la communauté flammande (BRTN) partage cette exclusivité avec la RTBF (moment où la commission parlementaire entame ses travaux à propos de l'enquête sur la disparition et le décès d'An et Eefje).

³ Par la suite, le pouvoir judiciaire tentera lui aussi de recouvrer une légitimité de reconnaissance en tentant de discréditer cette commission parlementaire "trop médiatique pour être honnête".

⁴ Les membres de cette commission d'enquête pourraient être considérés comme des "acteurs cérémoniels", dans le sens que leur donnent D. DAYAN et E. KATZ in *La télévision cérémonielle*, Paris, PUF, 1996. Malgré quelques différences importantes

de ce télé-roman d'actualité —et surtout les commissaires interrogateurs, choisis parmi les élus politiques— sont eux aussi (provisoirement ?)transfigurés par cette surexposition médiatique. Et ce jusqu'à faire ombrage à leur collègues. Des personnalités, jadis de "seconde zone" en termes de notoriété médiatico-politique, sortent subitement de l'ombre et trouvent alors une reconnaissance publique que la plus ambitieuse des campagnes électorales ne leur aurait sans doute pas assuré. Dame, ce n'est pas rien de pouvoir quotidiennement être vu en compagnie amicale de ces héros médiatiques que sont devenus les parents des enfants victimes. C'est que, dans son irradiation, la reconnaissance télévisuelle peut être contagieuse.

4. Médias et reconnaissance compassionnelle (ouverture conclusive)

Nos grands médias tendent donc à effacer leur propre activité de médiation offrant ainsi l'illusion d'une immédiateté de la reconnaissance. Ce phénomène relève de ce que les médiologues appellent : *confort médiatique*¹. Cette hyper-visibilité du monde devrait être mise en relation avec bien d'autres facteurs qui affectent eux aussi les phénomènes contemporains de reconnaissance médiatique. Même s'il est impossible de les développer ici, contentons-nous d'en épingler quelques-uns, en guise de conclusion ouverte.

Un grand nombre d'auteurs ont expliqué en quoi des médias comme la télévision nous offrent une impression d'un monde proche, accessible, disponible à tout moment dans l'évidence des images. Et ce spectacle du monde se consomme lui aussi individuellement ou au sein d'un petit groupe de proches. Or, dans une de ses nouvelles évolutions, l'esprit du petit écran accentuerait la *télévision de l'intimité*², où des "témoignages emblématiques" se multiplient et sont absorbés dans une relation compassionnelle. Apparaissent alors ce que l'on pourrait nommer, en s'inspirant de Dominique Mehl, des

-notamment quant aux critères stricts de définition que les auteurs donnent au genre- il serait intéressant d'analyser la commission d'enquête télévisée et sa cérémonialité quotidienne à partir de leurs propositions théoriques.

¹ "En règle générale, nous identifions le confort médiatique à l'illusion d'immédiateté", D. BOUGNOUX, *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, coll. Textes essentiels, p. 531.

² D. MEHL, *La télévision de l'intimité*, Paris, Éd. du Seuil, 1996.

phénomènes de *reconnaissance compassionnelle* –ainsi en est-il des parents de Julie et Mélissa– liés aux effets de proximité et aux nouveaux entrelacs qu’entretiennent espace public et espace privé :

La télévision de l’intimité accompagne et renforce un double mouvement de privatisation de l’espace public et de publicisation de l’espace privé. Richard Sennett avait diagnostiqué la montée d’une “vie privée publique”, la télévision de l’intimité instaure la “vie publique privée”. (...) Avec l’exhibition des émotions, la mise en scène des affects et l’exposition publique du relationnel, une troisième forme de parution publique est promue par le petit écran : celui-ci ouvre l’ère de l’interrelationnel. Dans ce scénario, une société de relations, qui met en correspondance des individus et des expériences, supplante une société où les rapports d’influence, de pouvoir ou de classe occupent l’avant-scène¹.

L’empiétement l’un sur l’autre des territoires privés et publics contribue donc à construire la reconnaissance médiatique d’aujourd’hui. L’hypervisibilité évoquée ci-dessus permet une appropriation aisée du public par le privé, mais elle permet aussi à l’espace privé de se révéler publiquement. Les réseaux “on line” et les nouveaux médias semblent bien devoir exacerber cette tendance² en partie grâce au facteur de démultiplication que constitue l’interactivité.

A côté d’une hypertrophie de l’interpénétration de la *reconnaissance* et de la *connaissance*, les nouveaux phénomènes de reconnaissance médiatique devraient, plus que jamais, s’articuler sur cette *idyllique trilogie Immédiateté-Proximité-Simplicité*³. Cette trilogie, où le jeu de l’identité sociale virtuelle et de l’identité sociale décrit par Goffman en viennent à se diluer dans cette reconnaissance compassionnelle qui bouleverse l’actualité de nos médias.

¹ *Ibid.*, p. 231.

² Voir, par exemple, F. ANTOINE et C. MASUY, “Adieu Monsieur le Président... Adieu Tonton. Paradoxes condoléanciels sur Internet” in Ph. MARION (dir.) , *L’année des médias 1996*, Louvain-La-Neuve, Academia-Bruylant, 1997.

³ R. DEBRAY, “Pourquoi le spectacle?” in *Les cahiers de médiologie* n°1, 1er semestre 1996, p. 7.